



تدريب الخريجين لإلحاقهم بسوق العمل

إعداد

أحمد السيد كردي

مدرب تنمية بشرية وتطوير إداري
معيد بكلية التجارة جامعة الأزهر

2013 م



الهدف الأساسي:

- تدريب خريجي الجامعات العاطلين عن العمل، ومن ثم إلحاقهم بالعمل في القطاع الخاص من خلال الترتيب المسبق مع هذا القطاع، لتوفير شباب مدربين ومؤهلين للعمل معه حيث ما يكون القطاع الخاص هو الداعم الأكبر لمثل هذا النوع من التدريب.

- توفير فرص عمل للمتدربين وفي المجالات المتخصصة حسب دراستهم العلمية والعملية التي تم تدريبهم عليها.
- إعداد دراسات جدوى لمشروعات وأفكار جديدة لمشروعات صغيرة بإمكانيات محدودة.

- تحسين أداء القوى العاملة بإكسابهم مهارات جديدة تتماشى مع التقدم العلمى. بهدف رفع الوعى وجعل الأفراد قادرين على الإسهام فى عملية التنمية الشاملة للمجتمع.
- إنقاذ الإستثمارات التى أنفقت فى تعليم الشباب بإعادة إستثمار قدراتهم ومهاراتهم لتتوافق مع إحتياجات سوق العمل.

إعداد البرنامج التدريبي:

- تحديد الإمكانيات المادية والمالية لكل دورة تدريبية.
- تحديد المدربين، حيث يجب الإختيار الأنسب للمدربين من ذوى الكفاءة العالية علميا وعمليا.
- تحديد المسؤولين عن إدارة البرنامج التدريبي.
- تحديد أعداد المتدربين بكل دورة.
- تحديد أماكن التدريب.
- تحديد زمن التدريب الكلى لكل متدرب، وزمن كل دورة تدريبية.
- تحديد البرامج التسويقية والترويجية للتدريب من وسائل دعاية وإعلان مختلفة.
- تحديد المبلغ الذي سيقوم بدفعة المتدرب.

- شهادات بالتدريب: منح المتدرب الذى ألحق ببرامج التدريب التحويلي شهادة تفيد اجتيازه البرنامج بنجاح إعتبارها مسوغ للتعيين على الوظائف الحرفية مع تضمين الشهادة المستوى المهارى للعامل.

- مناهج التدريب: توفير مادة علمية مكتوبة ومسموعة ومرئية للمتدربين, مع مراعاة إعادة النظر بصورة دورية فى مناهج التدريب المهنى والتعليم وذلك لضمان إرتباط هذه المناهج بحتياجات سوق العمل الذى يشهد تطوير مستمر وبما يضمن تجنب أن تكون مخرجات العملية التعليمية أو التدريبية غير متوافقة مع إحتياجات السوق مما يقلل أحتتمالات وجود اعداد من الخريجين خارج دائرة الطلب.

- المسؤولين عن البرنامج التدريبي: إعداد خطة عامة لتطوير القائمين على العملية التدريبية لتنمية قدراتهم على الارتقاء بالتدريب وإدارته وتقييم أدائه وحسن إختيار المدربين.

- التخطيط للتدريب: ضرورة وضع خطة مستقبلية لتحديد الإحتياجات الحقيقية لكافة الأنشطة من القوى العاملة فى كل تخصص على مدار السنوات القادمة (فى حدود خمس سنوات) مما يسمح برسم السياسة المناسبة للاستخدام الموضوعى والحقيقى للموارد البشرية.

- قاعدة البيانات والمعلومات التدريبية: إعداد شبكة متكاملة من المعلومات الخاصة بسوق العمل والتعليم والتدريب من خلال التنسيق بين كافة الأطراف المعنية بعملية التعليم والتدريب والتشغيل, وإعداد البيانات التفصيلية بكل منظمة عن الإحتياجات التشغيلية وإستخراج المؤشرات من واقع قاعدة البيانات.

- السيرة الذاتية للمتدرب: يتقدم المتدرب بالسيرة الذاتية لدراسة ما هي أهم الدورات التدريبية التي يمكن أن يستفاد منها, مع مراعاة عدم تكرار ما حصل عليه المتدرب من دورات سابقة.

- السيرة الذاتية للمدرب: الحصول على السيرة الذاتية الخاصة بالمدرسين فى المجالات المختلفة, لمعرفة ما هي البرامج التدريبية التي يمكن أن يقدموها وما يمكن الإعتماد عليهم والإستعانة بهم فى نجاح مشروع التدريب.

- التدريب التحويلي: الإستفادة من برامج التدريب التحويلي من خلال إدخال الخريجين الجدد فى دورات تدريبية متخصصة تتولى تحويل تخصصاتهم إلى تخصصات تتناسب مع الإحتياجات الفعلية لسوق

العمل.

- التدريب العملي: إخضاع المتدربين للتدريب المهني في الواقع العملي, من خلال توفير برامج للتدريب الميداني, وبالتنسيق مع المؤسسات المعنية.

- تقسيم المتدربين: وذلك في نهاية كل دورة تدريبية لمعرفة مدى التحصيل العلمي والعملي والإستفادة من البرنامج التدريبي.

- البرامج التدريبية: إعداد برامج تدريبية عامة يمكن أن يستفاد منها جميع المتدربين, وبرامج تدريبية مهني أخرى متخصصة حسب المجالات المختلفة, حيث تختلف البرامج التدريبية باختلاف القطاع الإقتصادي المستهدف والمستوى التعليمي للمشاركين, مع تقسيم المتدربين إلى شرائح مختلفة حسب التخصصات والإحتياجات التدريبية ومتطلبات سوق العمل.

البرامج التدريسية العامة المقترحة:

- برنامج تدريبي في تعليم اللغة الإنجليزية.
- برنامج تدريبي في تعليم إستخدام الكمبيوتر والإنترنت وبرامجهما المتخصصة.

- برامج تدريبية في التقدم والإلتحاق بالوظائف, تشمل: (كيفية إعداد السيرة الذاتية – البحث عن العمل – تسويق الذات - المقابلة الشخصية).

- برامج تدريبية في مهارات العمل الأساسية, وتشمل:
(تنظيم وقت العمل – التغلب على الإحباطات في العمل – التغلب على الصراع الوظيفي ومواجهة الأزمات في العمل – تنمية التفكير والإبداع والإبتكار والتميز لدى الفرد العامل – كيفية التعامل مع فريق العمل).

التسويق الإلكتروني للبرامج التدريسية:

- إنشاء موقع إلكتروني على الإنترنت يحمل إسم الشركة وموضوعات التدريب, حيث أن استخدام الإنترنت كعامل مساعد في التدريب يوفر الوقت والجهد والتكلفة.
- يتم ربط الموقع الإلكتروني بمواقع التواصل الإجتماعي كالفيس بوك وتويتر حتى ينتشر الموقع, ومن ثم عمل صفحات وجروبات خاصة بموقع التدريب الخاص بالشركة على هذه المواقع.
- إتاحة فرصة التسجيل للإشتراك في الدورات للمتدربين على الموقع الإلكتروني.
- يمكن إبلاغ المتدربين بالمواعيد المحددة للدورات عبر البريد الشخصي الخاص بهم.
- يمكن الرد على الإستفسارات والأسئلة الخاصة ببرامج التدريب من المتصلين بالشركة من خلال البريد الخاص بهم ومن خلال الصفحات المخصصة على مواقع التواصل الإجتماعي, وكذلك يمكن أيضا الإستفادة من الأفكار والآراء والمقترحات وتفعيلها.
- يتم نشر مواعيد الدورات وأماكنها وزمانها وكافة المعلومات الخاصة بها على صفحات الموقع الإلكتروني.
- يمكن إدراج الخط الساخن على الصفحة الرئيسية للموقع يمكن الإستفادة منه في تقديم الإستشارات التدريبية, وأيضا كمساهمة من المتصل بقيمة الإتصال في مشروع التنمية والتدريب للخريجين العاطلين.
- يتم إدراج الرابط الخاص بالموقع الإلكتروني وكذلك البريد الإلكتروني الخاص بالشركة على كافة وسائل الدعاية والإعلان الأخرى.
- يمكن التدريب عن بعد من خلال القاعات الصوتية والمتوفرة على مواقع التواصل الإجتماعي.

التخطيط الإستراتيجي لمشروع تدريب الخريجين

أولا: التحليل الإستراتيجي SWOT analysis
 ينبغي على المنظمة تنمية وتطوير نقاط القوة لديها في إقامة المشروع, وأن تعمل على علاج القصور في نقاط الضعف بالنسبة لمشروع تدريب الخريجين, وكذلك الإستغلال الأمثل للفرص في البيئة

المحيطة, مع تجنب والإبتعاد عن المخاطر والتهديدات الخارجية.

(1) تحليل البيئة الداخلية

1- نقاط القوة

- رأس مال متوفر لدى الشركة لتغطية التكاليف.
- خبرة عملية سابقة في نفس المجال.
- توافر فريق عمل فعال يعتمد عليه.
- توافر البنية التحتية والإمكانات المادية لعملية التدريب.
- توافر مادة علمية مكتوبة ومسموعة ومرئية.
- توافر خطة محكمة ومراجعة من العديد من الخبراء في المجال.

- توافر قاعدة بيانات ومعلومات في كافة المجالات التي يعتمد عليها المشروع.

- توافر موقع تسويق إلكتروني نشط على الإنترنت.
- الموقع الإستراتيجي للشركة ومكان التدريب.

2- نقاط الضعف:

وتمثل أي قصور لدى الشركة في نقاط القوة السابقة.

(2) تحليل البيئة الخارجية.

1- الفرص

- (سياسية) تنبئ بعض الأحزاب السياسية لفكرة المشروع.
- (إجتماعية) علاقات عامة مع (شركات توظيف- شخصيات عامة- مدربين- خبراء بالمجال منظمات حكومية..... وهكذا).
- (قانونية) توافر إطار قانوني يمكن العمل تحت مظلته.
- (إقتصادية) توافر الدعم من بعض الجهات المانحة (شركات إستثمارية- رجال أعمال- بنوك- منظمات مجتمع مدني..... وهكذا).
- المنافسة معقولة في نفس المجال.

2- التهديدات:

- عدم توافر إطار قانوني للشركة.
- عدم توافر علاقات عامة وشخصية.
- حدة المنافسة في هذا المجال.

التكاليف المقترحة

1- تكلفة إعداد خطة إستراتيجية شاملة ودراسة جدوى للمشروع تختلف هذه التكلفة باختلاف حجم المشروع, وتقدر بالإتفاق مع الخبير المختص.

2- بند الإتصالات:

ويشمل تكلفة إستخدام كافة وسائل الإتصال والتي منها (الأرضي- الموبايل- الفاكس- الإنترنت) وذلك في الإتصال بالجهات المختلفة التالية (المدرسين- المتدربين- العمال- الصيانة- فريق العمل- شركات التوظيف- جهات حكومية.....).

3- المواصلات:

تكلفة إستخدام وسائل المواصلات في سبيل (شراء مستلزمات- إعداد صفقات- تواصل مع شركات أخرى-.....).

4- بند الأجور:

- عمال

- صيانة

- سكرتارية

- مندوب تسويق تدريب

- مسئول تدريب

- المدرسين

5- بند الإيجار:

ويشمل إيجار قاعات التدريب ومستلزماتها المختلفة من السماعات, الفيديو, الإضاءة, الكراسي, التراييزات.....

6- مصروفات أخرى:

مثل تكلفة طباعة وتصوير وأقلام ودفاتر كتابة ودفاتر إيصالات وطباعة شهادات, وأي مستلزمات أخرى ومخصص طوارئ.....